

# Trabajo de Impacto Social ELP

Universidad Complutense de Madrid. Ética, Legislación y Profesión.  
Curso 2022-2023.

---



Análisis sobre el conocimiento en tratamiento de datos en poblaciones universitarias y pre-universitarias.

15 Septiembre 2022

Autores:

David Cantador Piedras  
Manuel Nevado Fabian  
Silvia Egido Díaz  
Sofía Capmany Fernández  
Simón Martín Rodríguez  
Fabrizio Alfredo Ortega Suni  
Victoria Arduino

# Índice

<b>1. Definición de proyecto y plan de acción</b>	<b>2</b>
<b>2. Encuesta Inicial</b>	<b>2</b>
2.1. Espacio Muestral . . . . .	2
2.2. Temática de la encuesta . . . . .	3
2.2.1. Grupo de población objetivo . . . . .	3
2.2.2. Uso de redes sociales . . . . .	3
2.2.3. Conocimiento Sobre Tratamiento de Datos y Privacidad . . . . .	3
2.2.4. Caso de uso de datos realizado por Facebook . . . . .	4
2.2.5. Concienciación sobre sus datos . . . . .	4
2.3. Análisis de Resultados . . . . .	4
2.4. Otras Encuestas en Este Campo . . . . .	9
<b>3. Conferencias</b>	<b>10</b>
3.1. Contenido de la conferencia . . . . .	10
3.2. Preguntas de la Conferencia . . . . .	10
3.3. Análisis de los resultados de las conferencias . . . . .	11
3.4. Preguntas que surgieron . . . . .	21
<b>4. Comparación de resultados</b>	<b>21</b>
4.1. Tiempo de uso de RRSS y RRSS utilizadas . . . . .	21
4.2. Conocimientos en uso de datos . . . . .	22
4.3. Voluntad de acción frente a los conocimientos adquiridos . . . . .	22
4.4. Ley de derecho al olvido . . . . .	22
4.5. Conclusión final . . . . .	23

# 1. Definición de proyecto y plan de acción

Este proyecto ha sido diseñado con el objetivo de tener impacto en los grupos de población en el rango de edad entre dieciséis y dieciocho años.

El método que se ha seguido para poder tener un impacto social justificado ha sido la recolección de información cuantitativa mediante una encuesta sesgada a la población universitaria en activo. Posteriormente, con los datos recopilados de la encuesta, se ha desarrollado un itinerario de conferencias de una duración aproximada de cuarenta minutos.

Estas charlas están complementadas con dos cuestionarios, uno al principio y otro al final, donde se comprobará si la conferencia ha sido efectiva o no.

## 2. Encuesta Inicial

Para el desarrollo de la encuesta inicial ha sido necesario desarrollar un plan de acción siguiendo metodologías demostradas científicamente. Hemos necesitado determinar el espacio muestral, la temática de la encuesta, comparación de resultados obtenidos con resultados de otras encuestas sobre el mismo campo y un análisis de resultados.

### 2.1. Espacio Muestral

La encuesta ha sido diseñada para recopilar el volumen información necesaria para que sea considerada representativa con un margen de error de  $\pm 0,06$ . Para ello, necesitamos un número de repuestas aproximadamente igual al 111. Este es el resultado de aplicar la fórmula estadística para un conjunto de datos con desviación estándar conocida:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q} \quad (1)$$

Donde:

$N$  es el tamaño de población. Se ha usado el número de matriculados en la Universidad Complutense de Madrid en el año 2020. Hubo 5900 matriculados.

$Z_{\alpha}$  es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. Para este estudio se ha elegido un nivel de confianza del 80 %, por lo que  $Z_{\alpha} = 1,28$ .

$e$  es el error muestral deseado. Se ha escogido un error muestral del 6%.  
 $p$  y  $q$ . Proporción de la población que posee las características de estudio y proporción de la población que no posee las características de estudio respectivamente. Por estándar se usa  $p = q = 0,5$ .

## 2.2. Temática de la encuesta

A lo largo del curso hemos visto como las grandes empresas tecnológicas usan los datos de sus usuarios como un capital del que sacar rédito económico. Muchas de estas empresas amparan la falta de ética de su modelo de negocio en la previa aceptación que sus usuarios dan a sus políticas de privacidad y uso de datos. Nuestro objetivo con la encuesta es informar a la población pre-universitaria sobre como se utilizan nuestros datos en internet y como ciertas empresas hacen negocio con ellos.

### 2.2.1. Grupo de población objetivo

Para sesgar la encuesta de manera más efectiva las primeras preguntas van dirigidas a categorizar según edad y población. Lo primero que se hace es preguntar al usuario su edad. Esto separa completamente nuestras respuestas objetivo de las respuestas que meten ruido a nuestros datos.

### 2.2.2. Uso de redes sociales

Para poder agrupar los datos y saber como usan las redes sociales se hicieron las siguientes preguntas:

- ¿Cuántas horas al día dedicas a estar con el móvil?
- De esas horas,¿de media, cuantas dedicas a las redes sociales?
- ¿Qué redes sociales usas?
- ¿Para qué usas las redes?

Estas preguntas se centran sobre todo en la cantidad de tiempo que se usa y que redes sociales se usan con el objetivo de observar cual es la red social más usada dentro del espacio muestral utilizado.

### 2.2.3. Conocimiento Sobre Tratamiento de Datos y Privacidad

Con el objetivo de separar los perfiles más informados de los que no, se han realizado distintas preguntas, estas se presentan en la encuesta en este orden:

- ¿Alguna vez has subido contenido que no hayas hecho tú?
- ¿Con cuánta frecuencia pides permiso para subir contenido que no es tuyo?
- ¿Con cuánta frecuencia pides permiso para subir fotos en las que salen otras personas?

- ¿Te has descargado alguna foto o imagen que te haya gustado?

Estas preguntas sugieren directamente la falta de consentimiento en cuanto al tratamiento de las publicaciones de los usuarios por parte de otros usuarios, además de la falta de legalidad en las acciones de difusión, descarga, plagio o reedición de contenido online.

Seguidamente, se hacen preguntas que hablan directamente sobre licencias software o artísticas. El objetivo de esta parte del cuestionario es categorizar el nivel de conocimiento de los usuarios. Las preguntas son las siguientes:

- ¿Conoces alguna de las siguientes licencias?
  1. Apache
  2. Creative Commons
  3. GPL
- ¿Sabes qué pueden hacer otros usuarios con tus datos?
- ¿Con qué frecuencia lees los términos de uso?

#### **2.2.4. Caso de uso de datos realizado por Facebook**

En una de las cuestiones se pregunta a los encuestados que sentimientos le provoca el hecho de que Facebook almacene datos personales tales como, correo, número de teléfono, me gusta, agenda de contactos, interacciones con otras cuentas, mensajes directos, etc. El objetivo es que los encuestados se responsabilicen de los datos que suben a redes sociales. Además consideramos importante provocar respuestas anímicas en esta parte del cuestionario.

#### **2.2.5. Concienciación sobre sus datos**

En esta última parte de la encuesta se ha intentado concienciar de manera implícita a los encuestados para provocar un interés personal. Las preguntas realizadas han sido:

- ¿Crees que tus datos pueden borrarse del todo de internet?
- ¿Te planteas quitarte alguna red social tras saber lo que hacen con tu información?

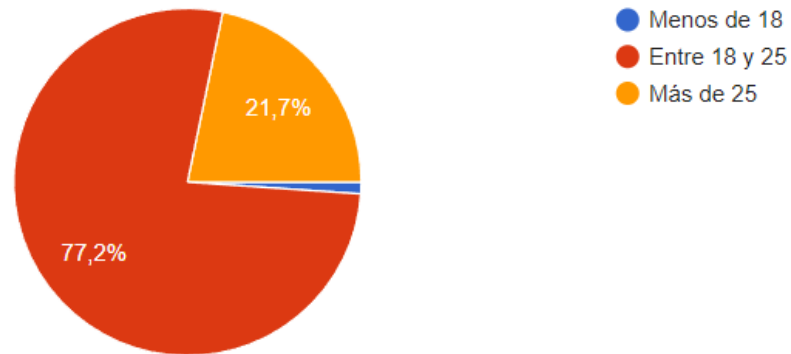
Con esto intentamos remarcar el derecho a olvido, y la llamada al boicot de ciertas conductas empresariales con los datos.

### **2.3. Análisis de Resultados**

La encuesta que hicimos fue contestada por 92 personas, de las cuales aproximadamente un 75 % eran estudiantes de entre 18 y 25 años, un 22 % mayores de 25 y el resto eran menores.

## ¿Qué edad tienes?

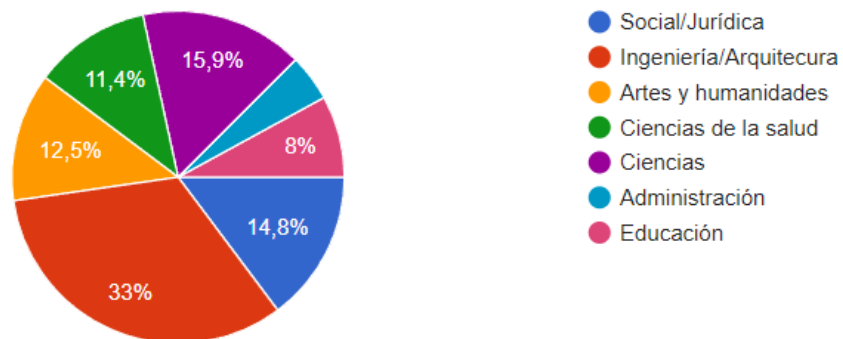
92 respuestas



Después de saber la edad vimos que había tres grandes grupos de personas encuestadas con respecto su campo de estudios, que estos serían, ciencias, tanto sociales como jurídicas y artes con humanidades, teniendo en cuenta que ciencias comprende ciencias de la salud y ciencias tecnológicas.

## ¿Qué carrera estudias?

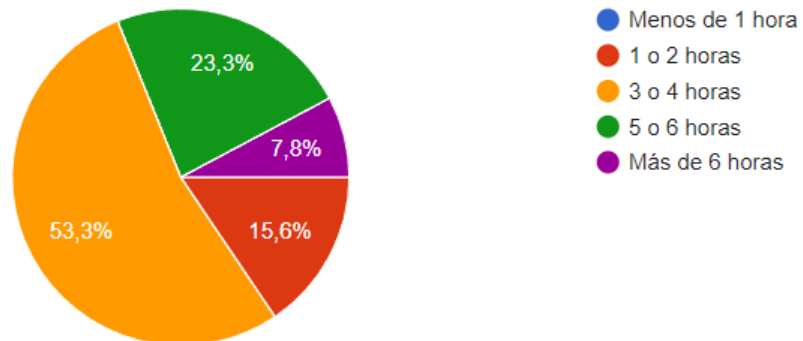
88 respuestas



Los resultados a la hora de ver cuanto tiempo se usaban los móviles fueron de que un poco mas del 50 % de la gente encuestada los usaban entre 3 y 4 horas mientras que solo un 7 % lo usaba mas de 6 y un 25 % aproximadamente entre 5 y 6 horas.

## ¿Cuántas horas al día le dedicas a estar con el móvil?

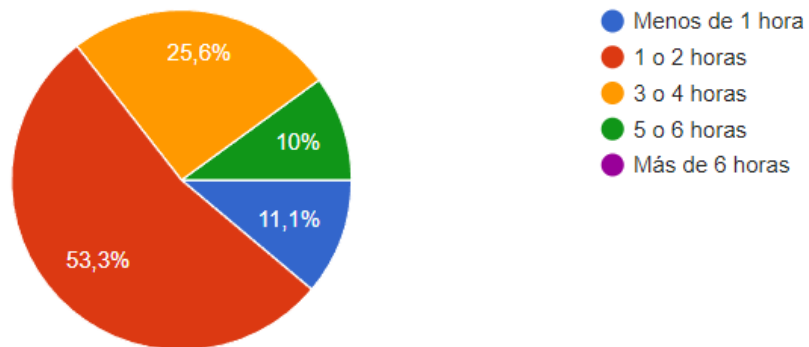
90 respuestas



De esas horas el 53 % de la gente usa las redes sociales entre 1 y 2 horas, el 25 % 3 o 4 horas, el 10 % entre 5 y 6 horas y el resto menos de 1 hora

## De esas horas, ¿cuántas dedicas de media a las redes sociales?

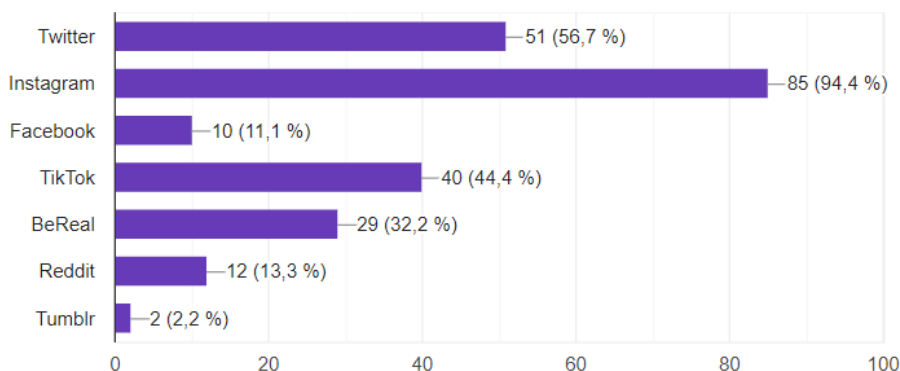
90 respuestas



Las redes sociales favoritas son Instagram, con un 94,5 % de uso, seguido de Twitter con un 56 % y el tercer puesto lo tienen TikTok con un 44 %, mientras que el resto de redes sociales no se usan tanto, por ejemplo Facebook o Reddit, apenas se usan, lo usan aproximadamente un 10 % de la gente encuestada.

## ¿Qué redes sociales usas?

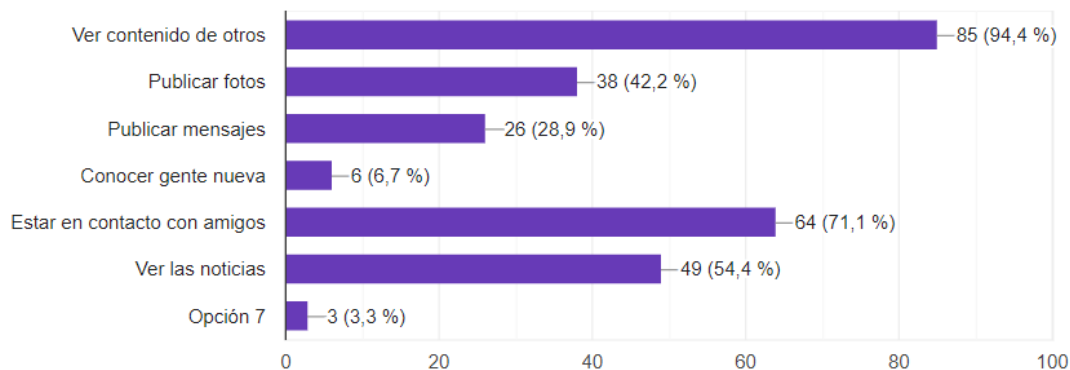
90 respuestas



Por lo general se ha observado que la gente consume las redes sociales para ver el contenido generado por otros, un 94,4 %, interactuar con amigos, un 71,1 % o ver noticias que no sean los medios más tradicionales como el periódico o la televisión, un 54,4 %, y ya menos de la mitad de la gente genera contenido, ya sea publicando fotos, 42,2 % o publicando mensajes, 29 % y ya una minoría usa las redes sociales para conocer gente nueva, menos del 10 %.

## ¿Para qué usas las redes?

90 respuestas



Bastante gente ignora los derechos de autor, ya que más del 90 % de los encuestados se descargan imágenes o fotos de internet que les hayan gustado y también casi un 60 % de la gente ha resubido contenido que no le pertenecía, de los cuales solo un 30 % de la gente que resube contenido pide siempre permiso al autor para subir dicho contenido. También se observó de que solo un 27,6 % de la gente pide permiso a las personas que aparecen en la foto que van a subir, por lo cual no se respeta el derecho a la privacidad de las personas implicadas en la foto.

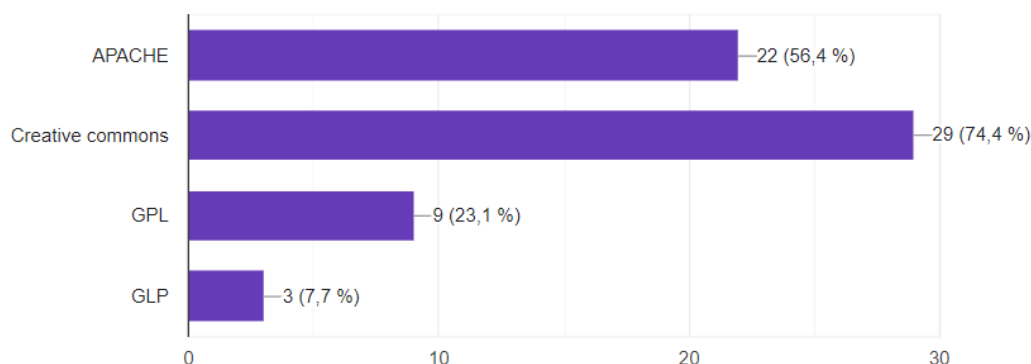
Abordando aun el tema de derechos también preguntamos a la gente si conocía alguna licencia ya fuera de distribución o explotación tales como las licencias Creative commons o licencias de software libre de APACHE. Los resultados fueron que aproximadamente un 75 % de la gente conocía la licencia Creative Commons, un 56 % la licencia APACHE



y menos de un 25 % las licencias GPL.

¿Conoces alguna de las siguientes licencias?

39 respuestas



Según el estudio el 66 % de los encuestados no se lee los términos ni condiciones de uso, mientras que el 32 % solo lo hace a veces y solo un 1 % se los lee siempre, esto es interesante porque después se les pregunta si saben que datos se creen que almacenan las redes sociales y ha habido bastantes cosas en común como por ejemplo, nombre, edad, ubicación, gustos, horas de uso, genero, etc. Mientras que algunos han contestado cosas como clicks que se realizan en la plataforma, las búsquedas que se hacen, dirección ip y datos menos comunes que piensa la gente. En la siguiente pregunta con respecto a este tema es si saben que hacen con estos datos y el 44 % dice que tal vez lo saben, un 39 % que no y el 17 % restante dicen que si lo saben, por último se les comentó que datos guarda Facebook y como tratan sus datos y en general a la gente le disgustó bastante, un 64 %, como los usaban sus datos, luego un 28 % opinaba que les era indiferente y el resto de opiniones tales como, "Salvo el hecho de que tengan constancia de mis mensajes privados, me es indiferente".

¿Qué opinas?

89 respuestas

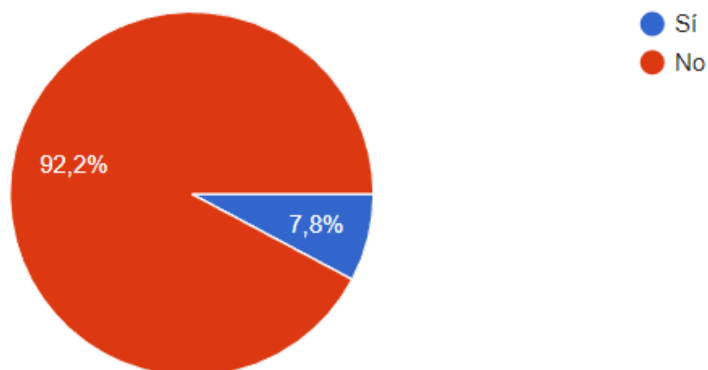


Para terminar el cuestionario se hicieron dos preguntas, una correspondiente al olvido digital, que si creen que sus datos pueden borrarse de todo internet y la mayoría de gente, con un 92,2 % piensa de que no es posible mientras que el 7,8 % restante piensa

que sí

¿Crees que tus datos pueden borrarse del todo de internet?

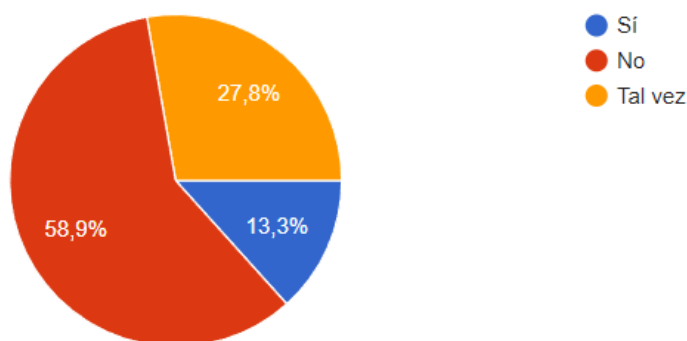
90 respuestas



y la última pregunta, que si se plantean dejar alguna red social después de saber lo que hacen con la información de cada uno y la gran mayoría parece ser que les da igual porque casi un 59 % de la gente seguiría en las redes sociales mientras que un 28 % tal vez lo dejaría y el resto si se quitarían alguna red social.

¿Te planteas quitarte alguna red social tras saber lo que hacen con tu información?

90 respuestas



## 2.4. Otras Encuestas en Este Campo

Hemos encontrado otros trabajos de esta asignatura que incluyen también una parte de sonde sobre la población aunque no sobre la misma población objetivo.

*Link:*

[Trabajo: Cuestionario privacidad en Internet, 2014-2015](#)

### 3. Conferencias

Las conferencias fueron impartidas por Manuel nevado Fabián con la ayuda de Fabrizio Alfredo Ortega Suni en el Colegio Concertado Villa de Navalcarnero. En total se impartieron 4 conferencias de aproximadamente 50 minutos cada una.

En estas conferencias los oyentes iban rellenando un formulario online mientras se impartía la charla, con el objetivo de hacerla más amena. Los oyentes fueron los alumnos de segundo y primero de bachillerato y alumnos de cuarto de ESO.

#### 3.1. Contenido de la conferencia

A lo largo de la charla se usan las preguntas del cuestionario para interactuar de una manera más directa con el público y comentar los resultados en alto. Para empezar se hicieron unas preguntas de sondeo, para poder compararlo posteriormente con los datos que se obtuvieron en la población universitaria. Luego se hicieron preguntas que guiaban un poco la charla y que tenían como objetivo provocar dudas en el alumnado. Finalmente se hicieron unas preguntas para ver cuanta información habíamos conseguido transmitir.

#### 3.2. Preguntas de la Conferencia

Las preguntas que se hicieron en la entrevista fueron las siguientes:

1. ¿Qué carrera quieres estudiar?
2. ¿Cuántas horas al día le dedicas a estar con el móvil?
3. De esas horas, ¿cuántas dedicas de media a las redes sociales?
4. ¿Qué redes sociales usas?
5. ¿Sabes que información personal almacenan las redes sociales?
6. ¿Sabes como ganan dinero las compañías como facebook, twitter, etc?
7. ¿Sabes qué pueden hacer las empresas con tus datos?
8. ¿Crees que con las redes sociales es más fácil difundir noticias falsas?
9. ¿Crees que las redes sociales fomentan el odio?
10. ¿Crees que tus datos pueden borrarse del todo de internet?
11. ¿Te planteas quitarte alguna red social tras saber lo que hacen con tu información?
12. ¿Estabas al tanto de la forma en la que las redes sociales manejan tus datos?
13. ¿Alguna vez has sentido que una red social sesga el tipo de publicaciones que te muestra?

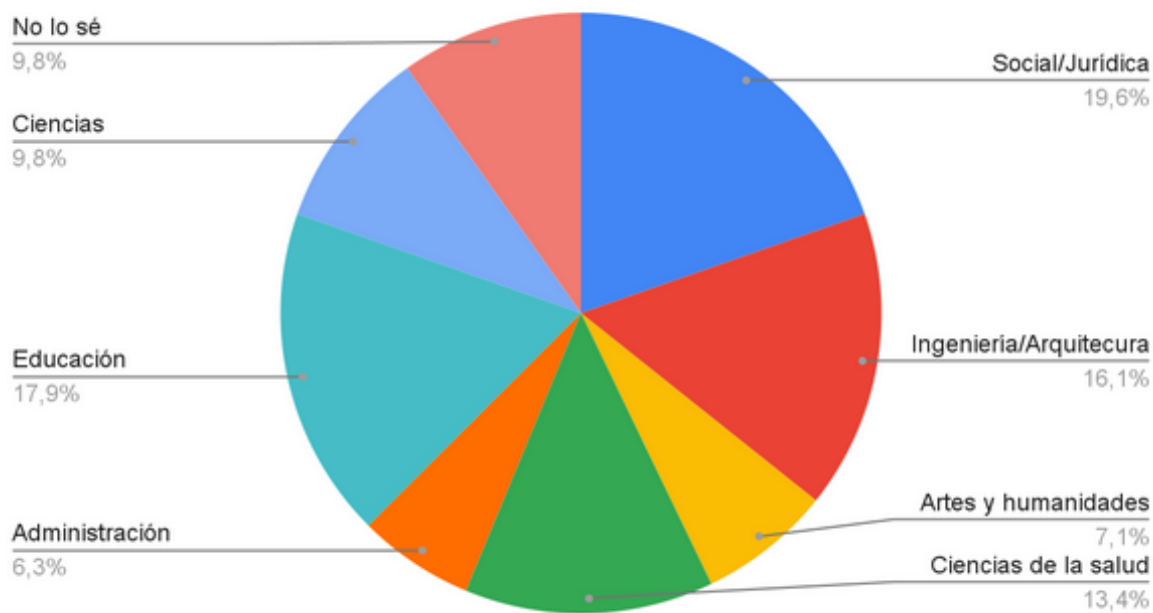
14. ¿Alguna vez una red social te ha mostrado contenido patrocinado relacionado con alguna búsqueda que hiciste en otro lugar?
15. ¿Preferirías que las redes sociales sean de pago a cambio de no usar tus datos con fines comerciales?

### 3.3. Análisis de los resultados de las conferencias

A continuación se analizarán los resultados de las charlas impartidas en los colegios.

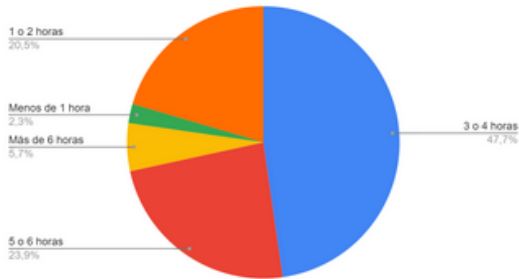
Las charlas y correspondientes preguntas se realizaron a jóvenes de distintas clases y ramas de estudio. Por ello, podemos observar que las respuestas dadas a continuación engloban a todo tipo de estudiantes según lo que desean estudiar y sus intereses. En los cuestionarios realizados a estudiantes universitarios, se podrían detectar opiniones diversas dependiendo de las carreras elegidas, al contrario que en un instituto en el que no se ha filtrado por campo universitario deseado.

#### ¿Qué carrera quieres estudiar?

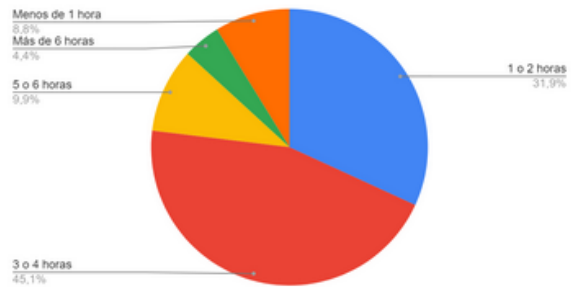


Con estos datos, teniendo en cuenta que el 70% de los estudiantes entrevistados pasan entre 3 a 6 horas con el móvil, y de ellas le dedican de 1 a 4 horas a las redes sociales, observamos como la mayoría de adolescentes pasan más de la mitad de su tiempo participando en aplicaciones como TikTok o Instagram, siendo esta última la red social número uno en cuanto a comercio de datos de sus usuarios (en torno a un 80% de los datos que sus servidores almacenan). Por otro lado, se estima que TikTok comparte hasta un 36% de los datos de sus usuarios a terceros.

¿Cuántas horas al día le dedicas a estar con el móvil?

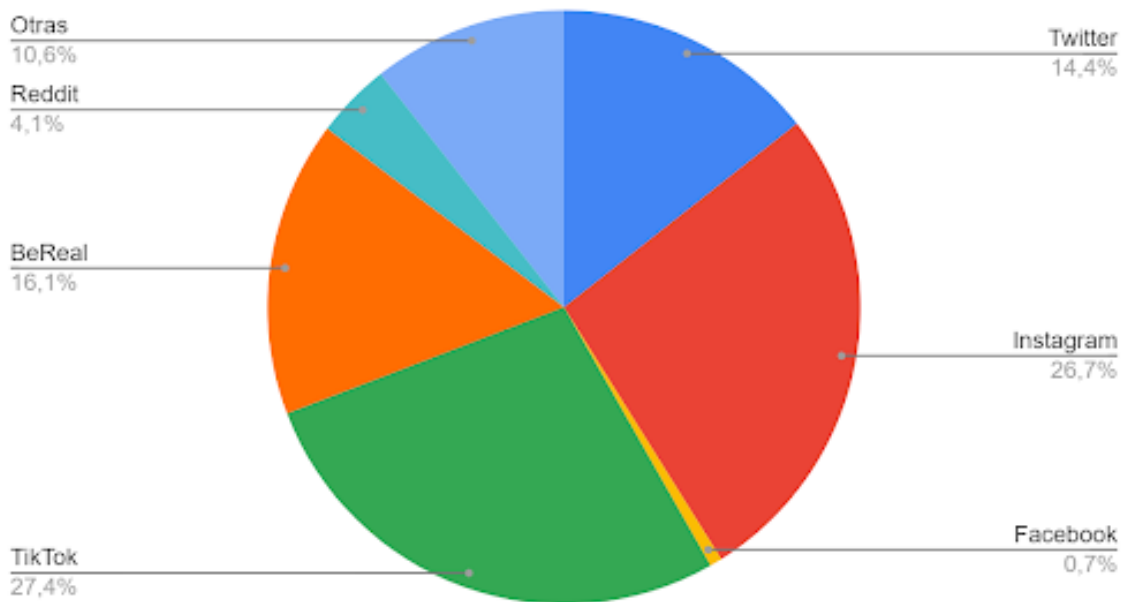


De esas horas, ¿cuántas dedicas de media a las redes sociales?



Los resultados muestran que las redes sociales más exitosas entre los adolescentes de entre 13 y 17 años actualmente son TikTok e Instagram, datos que se ven corroborados en distintos [estudios](#). Nosotros no hemos tenido en cuenta aplicaciones como Whatsapp o Youtube porque consideramos que no tienen el impacto y las implicaciones morales que buscamos en estas redes sociales. Observamos que Facebook cada vez pierde más interés entre las nuevas generaciones, siendo esta la aplicación principal de almacenamiento de datos de sus usuarios (en torno al 79.5% de la información proporcionada por cada miembro de la aplicación).

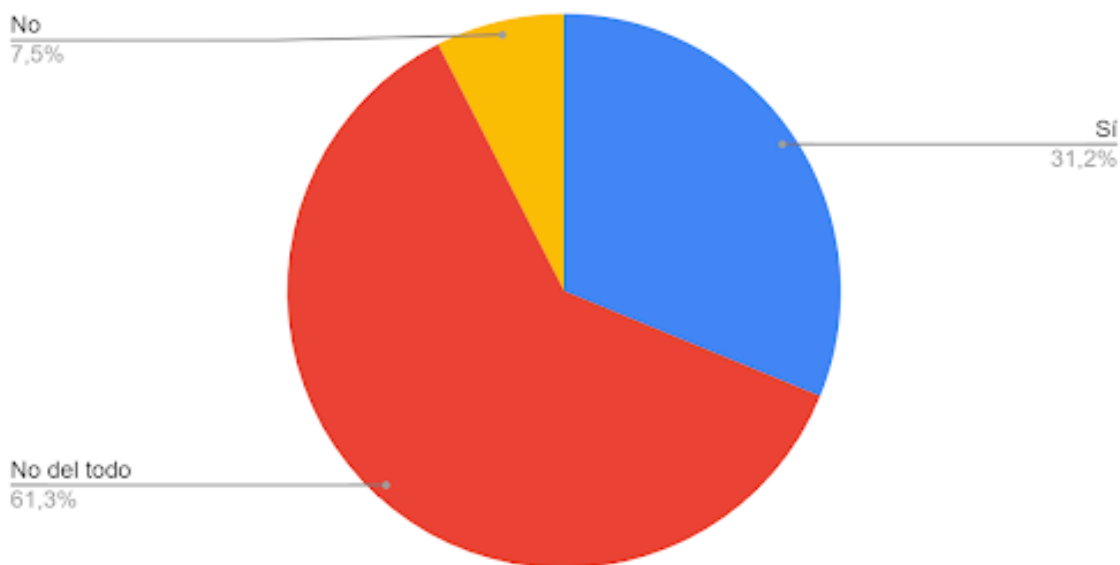
¿Qué redes sociales usas?



Estos resultados nos indican que una minoría de adolescentes (solo el 7,5%) desconoce por completo qué información personal almacenan las redes sociales sobre ellos. Aproximadamente un tercio afirma tener un conocimiento amplio sobre ello, pero más del 60% afirma no saberlo del todo. Esto nos da a entender que la mayoría de adolescentes tienen ciertas nociones sobre qué tipo de datos almacenan las redes sociales sobre ellos pero creen que almacenan más información de la que tienen constancia. Es posible

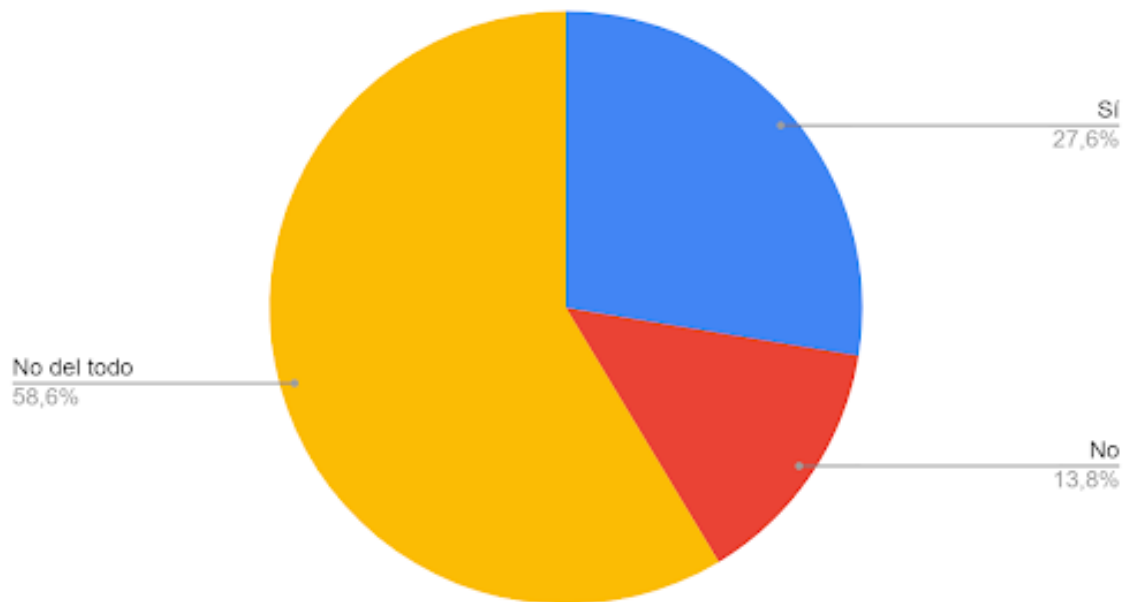
que esto se deba a que nunca han recibido una formación rigurosa sobre la privacidad de los datos y lo que saben lo han aprendido por redes o por terceros. Cabe destacar que cerca del 50 % de los adolescentes de cursos más tempranos (4º de la eso) respondieron "Sí", mientras que sólo un 14 % de los de primero y segundo de bachillerato respondieron "Sí". Además un 17,9 % de los estudiantes de la rama científica respondieron "Sí" frente a un 28,8 % de los de la rama de humanidades.

### ¿Sabes que información personal almacenan las redes sociales?



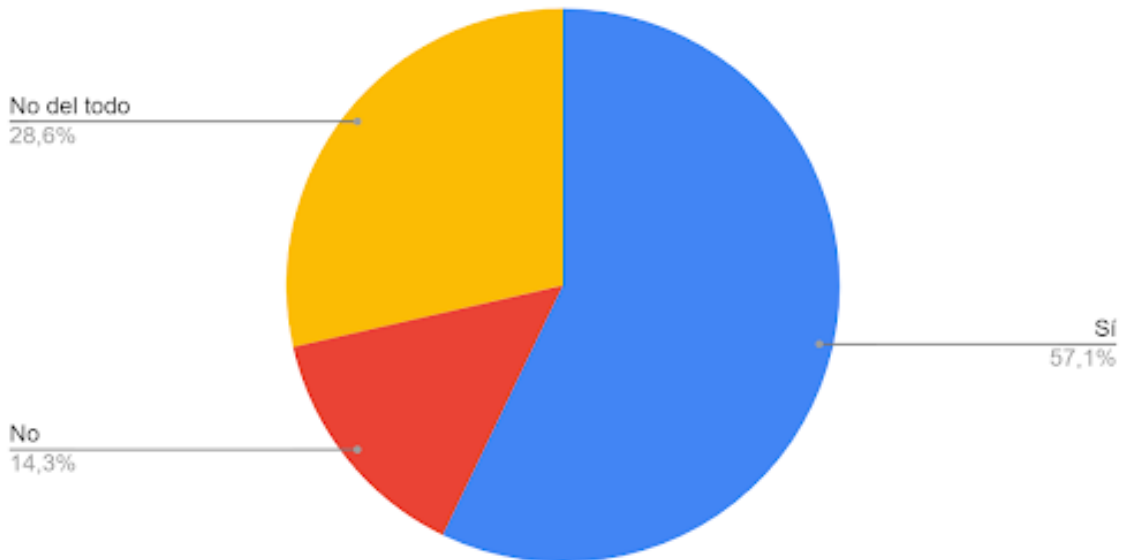
Las respuestas a esta pregunta van bastantes parejas con las respuestas a la pregunta anterior. El 72,4 % de los estudiantes afirma no saber o no saber del todo lo que pueden hacer las compañías de redes sociales con sus datos. Los estudiantes de la rama científica parecieron tener más conocimiento sobre este tema ya que el 42,9 % respondió sí frente al 23,1 % en la rama de humanidades.

## ¿Sabes qué pueden hacer las empresas con tus datos?



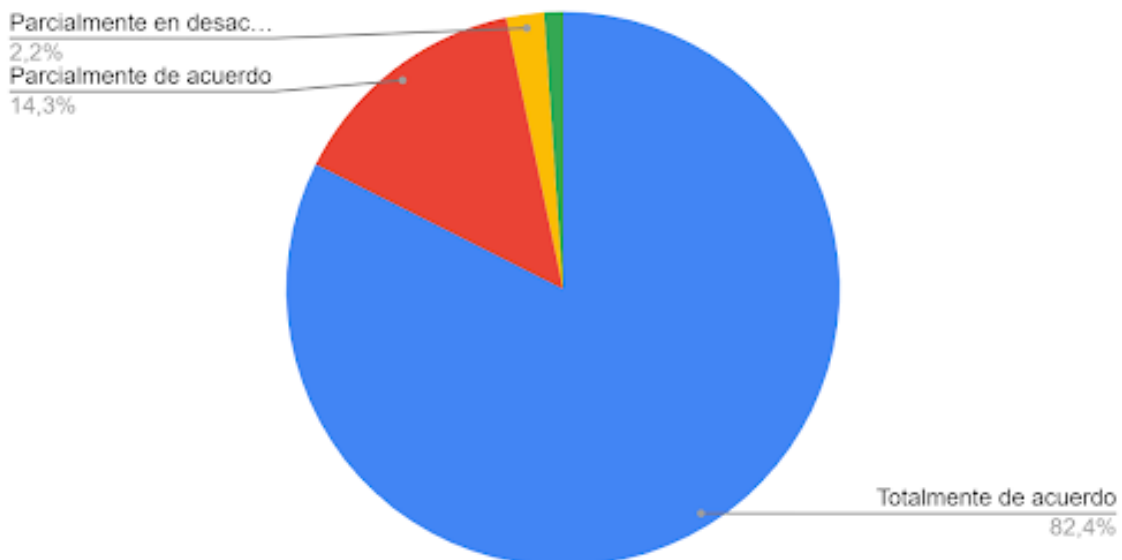
Los estudiantes parecieron estar más informados sobre este tema que sobre los anteriores. Analizando las respuestas a las tres preguntas anteriores sobre conocimiento general de cómo funciona la comercialización de datos en redes sociales, podemos observar que los estudiantes de la rama de humanidades tienden a estar más informados al respecto. También que no existen grandes diferencias entre los que usan redes sociales 2 horas o menos al día con respecto a los que las usan más de 3 horas. Al final de la charla, después de explicarles detalladamente cómo manejan estas empresas sus datos, se les preguntó si estaban al tanto de esta información. Un porcentaje importante de los que afirmaron saberlo al principio de la charla contestaron después que no, con lo que podemos concluir que la información que tenían era incorrecta e incompleta y que sabían menos de lo que creían en un principio.

## ¿Sabes cómo ganan dinero compañías como facebook twitter etc?



La gran mayoría de estudiantes parece estar de acuerdo en que las redes sociales facilitan la creación y difusión de noticias falsas. Sin embargo, datos recopilados por distintos estudios indican que los jóvenes son el grupo de edad más susceptible en creer en noticias falsas. Además parece haber más diversidad de opiniones entre los que usan mayoritariamente redes como TikTok en Instagram, que respondieron estar totalmente de acuerdo apenas el 80 %, mientras que el 93 % de los usuarios de Twitter y Reddit estaban totalmente de acuerdo.

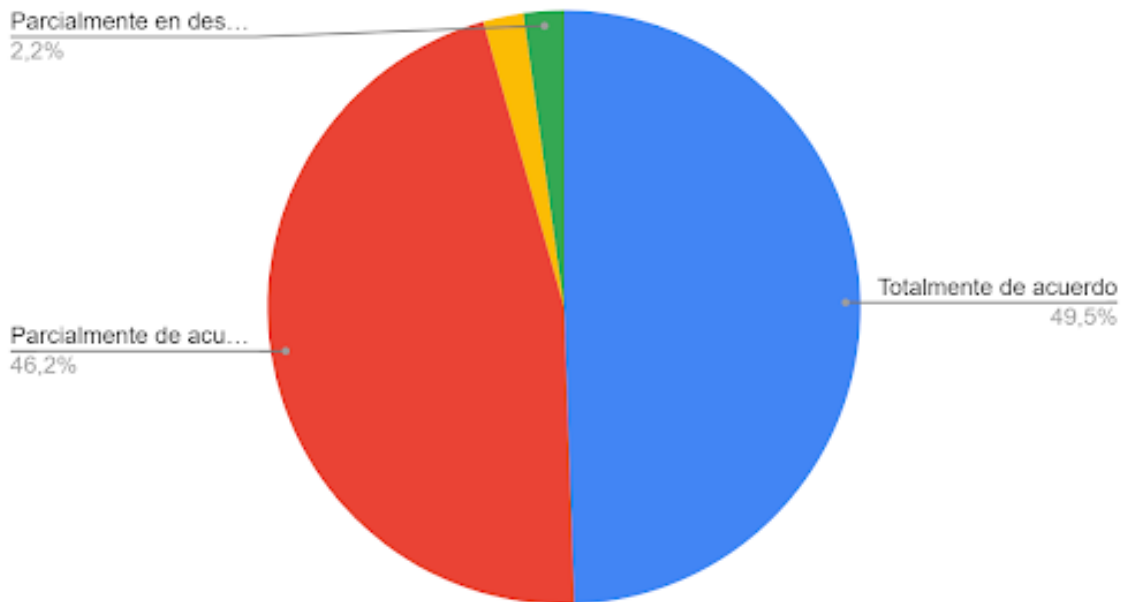
## ¿Crees que con las redes sociales es más fácil difundir noticias falsas?





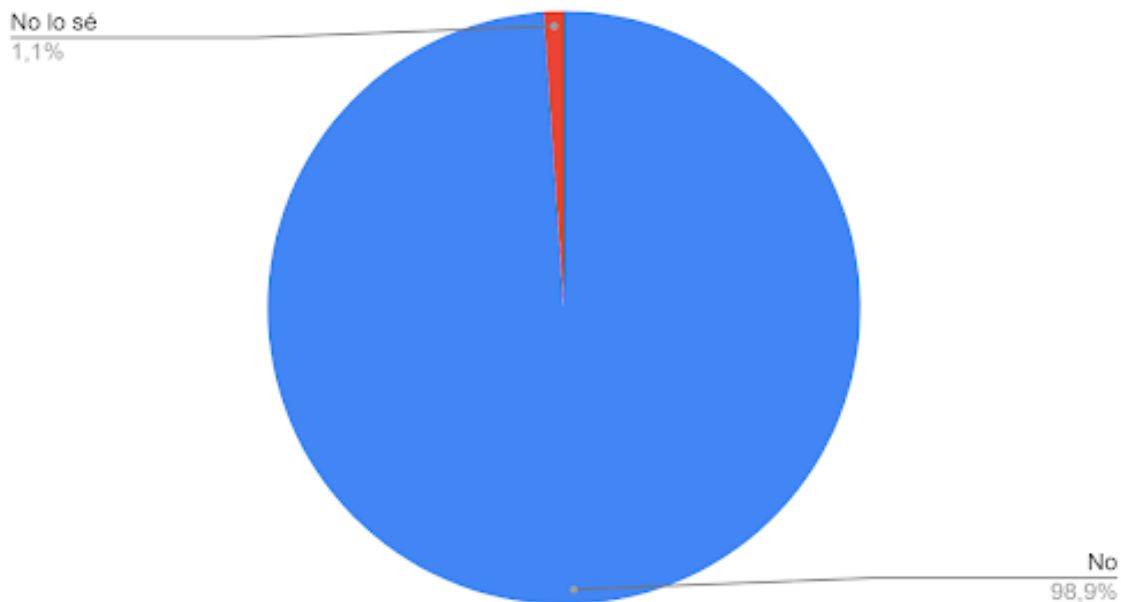
Como en la anterior pregunta, parece que la mayoría de los encuestados son conscientes de la forma en la que las redes sociales pueden llegar a fomentar el odio por la forma en la que funcionan. El 82% de los usuarios de Twitter, Reddit y Facebook respondieron estar totalmente de acuerdo con la afirmación de la pregunta, frente a el 39% en el caso de los usuarios de TikTok, Instagram y BeReal. Esto se puede explicar porque según varios estudios Twitter Reddit y Facebook son las redes sociales en las que más discurso de odio se difunde, ya que por su diseño facilitan el debate y la discusión.

### ¿Crees que las redes sociales fomentan el odio?



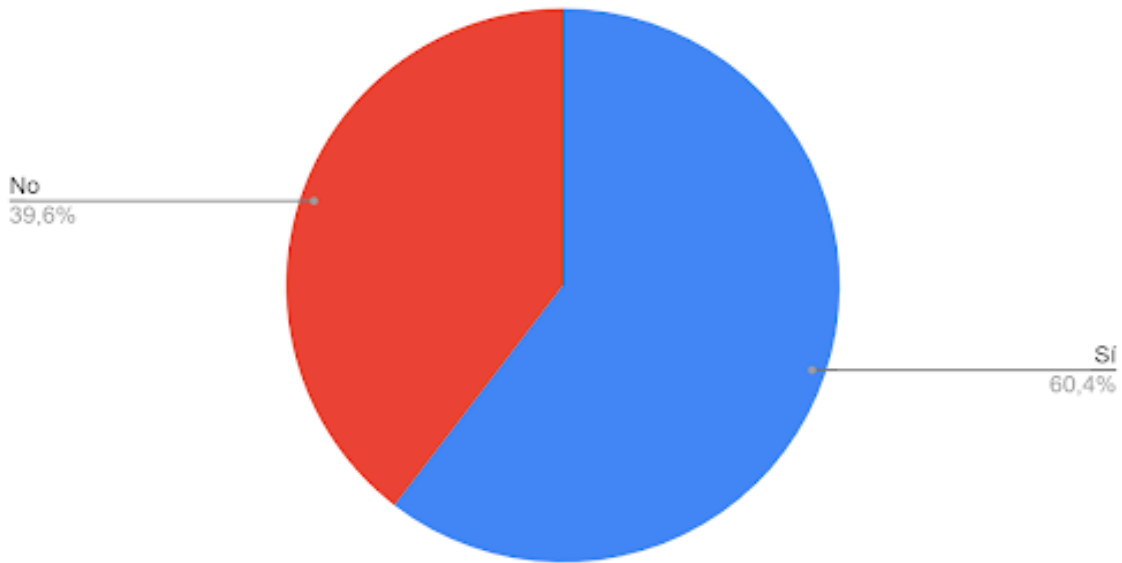
El 98,9% respondió que no, sin embargo la mayoría no sabía que existen maneras de conseguir que google no muestre información privada en las búsquedas. Durante la charla se les enseñó algunas maneras de conseguirlo.

## ¿Crees que tus datos pueden borrarse de Internet?



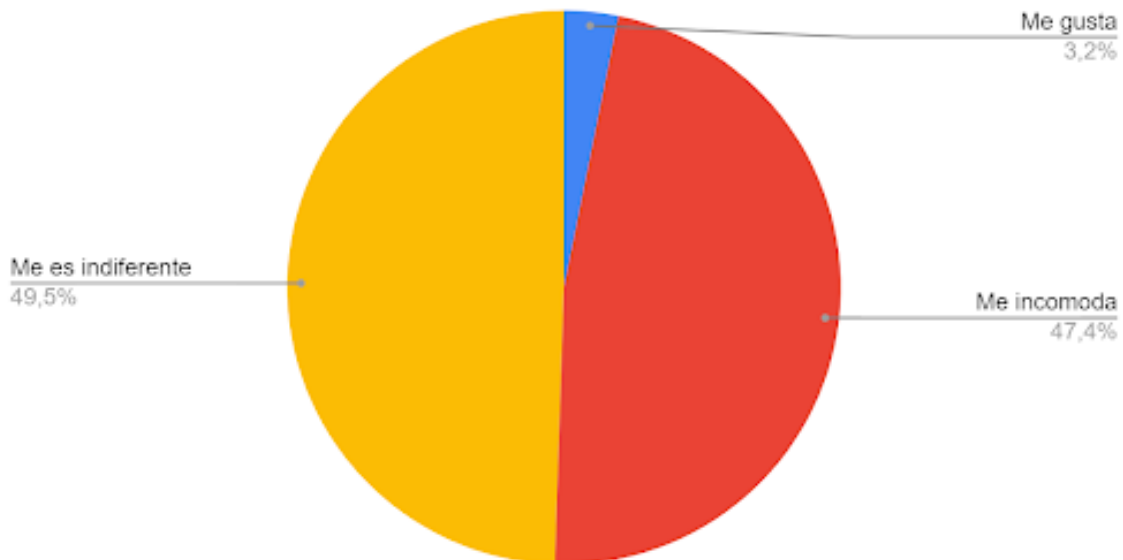
Después de dar la charla y de explicar cómo se recopilan y comercializan los datos de los usuarios de redes sociales se hizo esta pregunta. El 60,4% afirmaba conocer esta información de antemano mientras que el 39,6% no. Entre los encuestados que cursan la rama de ciencias, el 56,3% respondió no estar al tanto y el 43,8% respondió sí. Los estudiantes de la rama de humanidades y ciencias sociales resultaron estar más informados, ya que el 34% respondió que no frente al 66% que respondió sí. Hubo una amplia diferencia entre las respuestas de los usuarios de Twitter, Facebook y Reddit frente a las de los usuarios de Instagram y TikTok. El primer grupo respondió estar al tanto, ya que solo el 13,3% dijo "No" mientras que el 86,7% respondió "Sí". En el segundo grupo, sin embargo las respuestas estuvieron más parejas, ya que el 52% respondió que "No" el 48% respondió "Sí". Además, un 34,2% de los que creía estar al tanto al principio de la charla respondió que no en esta pregunta, con lo que podemos deducir que la información que les llegó era errónea o incompleta y que aprendieron algo en esta charla.

¿Estabas al tanto de la forma en la que las redes sociales manejan tus datos?



Como podemos observar, las respuestas se dividen entre "Me es indiferente" "Me incomoda", respondiendo sólo un 3,2% de estudiantes que les gusta que las redes sociales muestren contenido promocional basado en sus búsquedas. Parece que hay mayor aceptación sobre este tema entre la población preuniversitaria que en la población universitaria, ya que cuando se repitió la misma pregunta a universitarios, el 63,3% respondió que les incomodaba, frente al 47,4% en este caso. Esto último puede estar relacionado con que los más jóvenes tuvieron contacto con las redes sociales desde una edad más temprana, en algunos casos desde la infancia, mientras que en el caso de la población universitaria, las redes llegaron a su vida en su adolescencia. Aunque un gran porcentaje de los encuestados respondió que les incomodaba, muy pocos se plantearon quitarse las redes sociales o estuvieron dispuestos a pagar por un modelo de red social alternativo que no comercialice los datos, como veremos en las siguientes secciones.

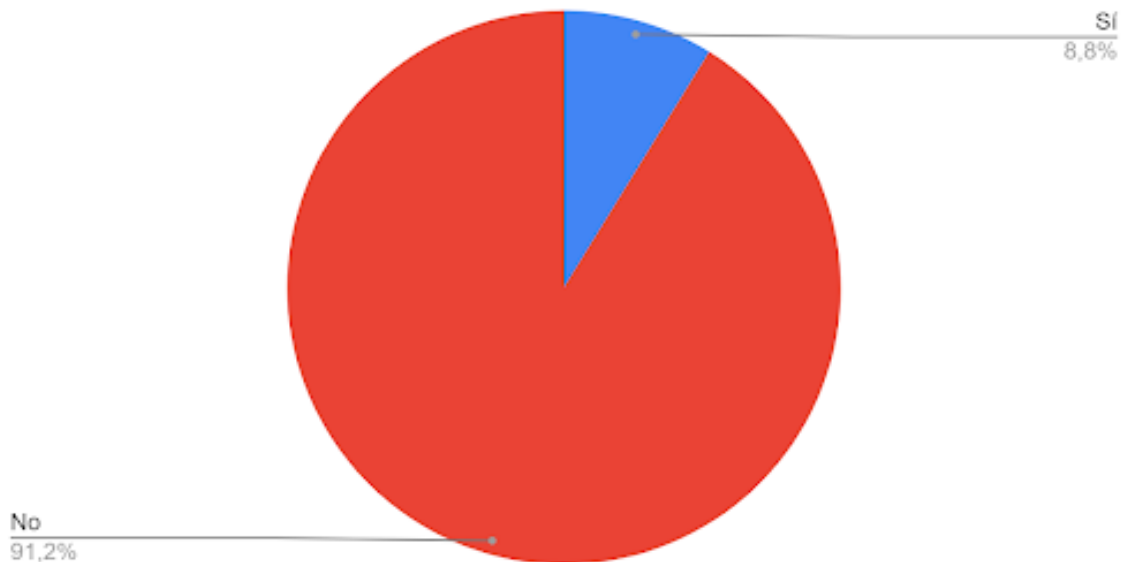
## ¿Cómo te hizo sentir que una red social te haya mostrado contenido patrocinado relacionado con alguna búsqueda que...



Vemos que pese a haber poca aceptación hacia lo que hacen las redes sociales con la información de los usuarios, muy pocos se plantean dejarlas. Podemos deducir que esto se debe a que las redes sociales tienen un peso muy grande en la vida de los jóvenes, ya que entre los que usaban redes sociales más de 3 horas al día, sólo el 4,4% respondió "Sí", mientras que entre los que las usaban 2 horas o menos hubo un poco más de variedad de opiniones, el 22,2% respondió que sí. Esto se ve respaldado por el siguiente estudio que afirma que a la mayoría de adolescentes les resultaría muy difícil dejar las redes sociales.

Las respuestas "No" varían mucho entre los que respondieron "Me gusta." "Me es indiferente." en la anterior pregunta. Entre los que dijeron que les era indiferente sólo el 2,3% se planteó dejar las redes, mientras que entre a los que le incomodaba, el 11,1% se lo planteó. Podemos ver que incluso a los adolescentes a los que le incomoda como tratan las compañías de redes sociales sus datos, muy pocos se plantean dejarlas o buscar un modelo de negocio alternativo, como redes sociales de pago.

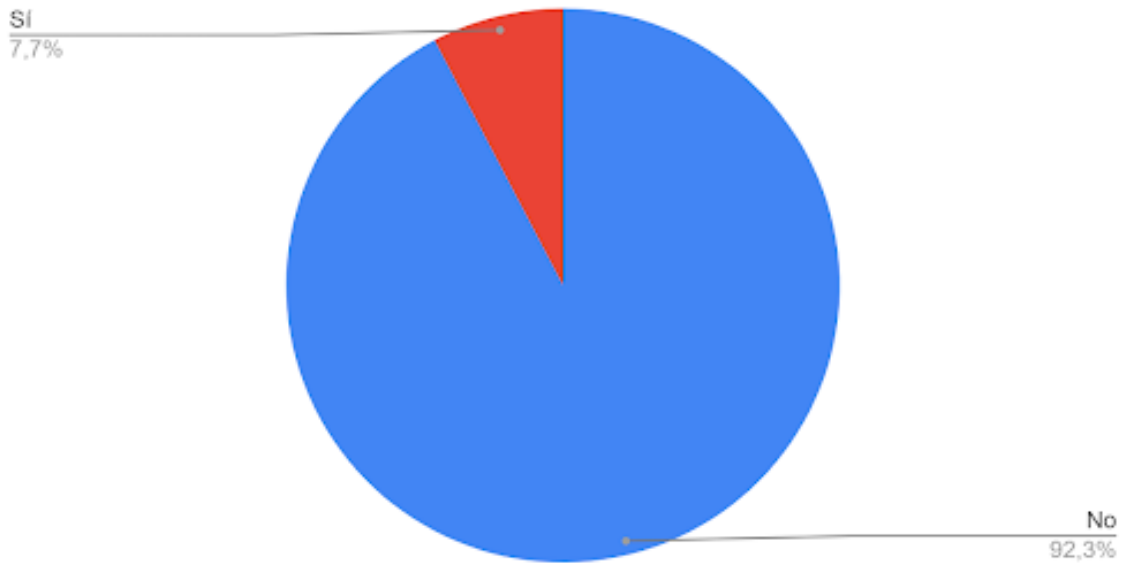
## ¿Te planteas quitarte alguna red social tras saber lo que hacen con tu información



Las respuestas a esta pregunta van bastante parejas a las de la pregunta anterior. Una minoría de estudiantes respondieron que "Sí", sin mucha variación entre los que usaban redes sociales más de 3 horas al día y los que las usaban menos de 3. Entre los que respondieron que les resultaba indiferente la forma en la que las redes tratan sus datos, solamente el 2,3 % respondió que estaría dispuesto a usar un modelo de redes sociales de pago a cambio de una mayor privacidad. Entre los que respondieron que les incomodaba, la aceptación fue ligeramente superior, el 11,1 % respondió estar de acuerdo en usar redes sociales de pago.

Como en las respuestas a la pregunta anterior, esta información nos da a entender que incluso los estudiantes que no están de acuerdo en cómo funciona el sistema de comercialización y monetización de datos, muy pocos estudiantes se plantearían dejar las redes sociales o pasar a un modelo de pago. Parece que aunque no estén conformes, los más jóvenes lo han aceptado como un mal necesario y no se plantean cambiarlo.

¿Preferirías que las redes sociales sean de pago a cambio de no usar tus datos con fines comerciales?



### 3.4. Preguntas que surgieron

Después de realizar las conferencias en los colegios nos dimos cuenta que a los oyentes les interesaba bastante el tema de la inteligencia artificial y tenían muchas dudas sobre como funcionaban las *cookies*. Como recientemente antes de estas charlas salió la IA de OpenAI el *Chat GPT* procedimos a hacer una demostración de como funcionaban y a divulgar también sobre las redes neuronales y la importancia de tener una buena base de datos para que los algoritmos no tengan sesgos. Esto lo pudimos hacer porque los participantes en las charlas están haciendo sus TFG en el campo de la inteligencia artificial.

## 4. Comparación de resultados

Una de las razones principales por las que decidimos ir a recopilar datos de estudiantes preuniversitarios fue para poder compararlos con los universitarios.

### 4.1. Tiempo de uso de RRSS y RRSS utilizadas

Los estudiantes preuniversitarios usan el móvil más que los universitarios, teniendo en cuenta que la mayoría de ambas se encuentra en la franja de entre 3 o 4 horas, los

preuniversitarios tienen más población en la franja de 5 o 6 horas y más de 6 horas que los universitarios.

Otra diferencia importante está también en el tipo de RRSS que utilizan, que explicaría también un cambio generacional. Los preuniversitarios tienen más repartidas sus RRSS, usan tanto las nuevas (TikTok, BeReal, etc) como las antiguas (Twitter, Reddit, etc). Se destaca también en ambas poblaciones el poco uso que tiene Facebook. Se destaca también en ambas poblaciones el poco uso que tiene Facebook y que las redes sociales que tienden al micro-blogging o tipo foro, como Twitter y Reddit se usan menos en preuniversitarios que en universitarios

## **4.2. Conocimientos en uso de datos**

Los usuarios preuniversitarios afirman saber con más seguridad lo que hacen las RRSS con sus datos que los usuarios universitarios. Esto puede ser porque al haber crecido con internet y estar más expuestos a las RRSS hayan desarrollado un interés mayor que generaciones anteriores o porque al ser más jóvenes son menos modestos. Se puede ver que el 17.9% de los estudiantes de la rama científica de estudiantes preuniversitarios respondieron que sí frente al 14.28% de los estudiantes de ciencias universitarios. Posteriormente en la charla en el instituto resultó que el 60% de los estudiantes sí que sabían como se recopilan sus datos y el 40% no. Esta información la podemos comparar con la pregunta sobre el caso de uso de Facebook que se ejemplificaba en la encuesta universitaria. En esa pregunta hubo un 4.4% de encuestados que respondió que lo sabían aunque luego aportaron distintos matices. Durante la charla también se expuso un caso similar al de la encuesta y la respuesta mayoritaria que se sacó por sonde fue la de indiferencia, en la población universitaria esta opción fue la segunda más votada con un 28% frente a la opción más votada que fue el disgusto con un 64%.

## **4.3. Voluntad de acción frente a los conocimientos adquiridos**

Después de la conferencia y del cuestionario se preguntaba que pretendían hacer con la información que sabían ahora. Tanto en la población universitaria como en la población preuniversitaria el comportamiento mayoritario es la inacción, pero con distinto matices. El 91% de los preuniversitarios dice que no van a hacer nada al respecto, seguirán usando las redes tal y como las usan actualmente. En los universitarios la mayoría no es tan aplastante y se obtiene un 58.9% mientras que el tal vez y el dejar de usarlas se reparte bastante. El comportamiento granular de los usuarios sí que es similar en ambas poblaciones. Los usuarios que más horas dedican a las redes sociales son los que menos tienen en mente tomar medidas en este aspecto. Como en la población universitaria se usa menos el móvil es más normal que se plantee dejar de usarlas.

## **4.4. Ley de derecho al olvido**

En este apartado ambas poblaciones coinciden bastante. La ley al derecho al olvido resultó ser la gran desconocida en el instituto y en la universidad, muchos estudiantes del instituto nos preguntaron como se solicitaba.

## 4.5. Conclusión final

Al finalizar las encuestas se puede ver como el conocimiento de estos temas depende mucho de la rama de conocimiento que elijas estudiar, los estudiantes de jurídicas sabían más que los de ciencias sobre leyes de copyright y licencias que el resto, el 100 % de los estudiantes de bellas artes conocían la existencia de las licencias de Creative Commons. En los institutos paso lo mismo. Se puede ver grandes diferencias entre los estudiantes de la rama científica y la rama de humanidades o de la artística.

La tendencia de este estudio indica que las poblaciones encuestadas desconocen hasta que nivel las grandes empresas utilizan los datos que se generan en RRSS como bienes de mercado, como estas empresas se aprovechan de la diferencia tecnológica y hasta que nivel afecta ese comportamiento a nuestras vidas.